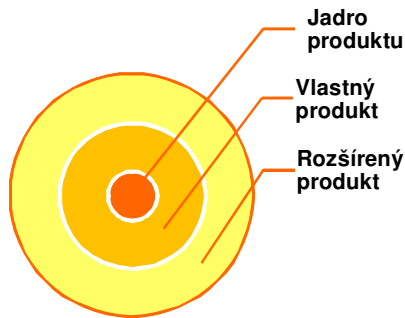


PRODUKTY



TRI ÚROVNE PRODUKTU

- **Jadro** - základný dôvod, prečo si chce zákazník kúpiť produkt - hlavný úžitok
- **Vlastný produkt** - charakteristické vlastnosti produktu
- **Rozšírený produkt** - dodatočný úžitok



MARKETINGOVÝ MIX

Marketingový mix **4P**

- Propagácia
- Produkt
- Cena
- Distribúcia/miesto

Marketingový mix **4A**

- Povedomie - propagácia
- Dostupnosť - miesto
- Cenová dostupnosť - cena
- Prijateľnosť - produkt

Marketingový mix **4C**

- Potreby a prania zákazníkov
- Náklady
- Vhodnosť produktu
- Komunikácia so zákazníkom

BCG MATICA

		PRODUKT	
		Existujúci	Nový
TRH	Existujúci	Malé riziko Penetrácia trhu Prieknik na trh	Stredné riziko Vývoj nového produktu Inovačná expanzia
	Nový	Rozvoj trhu Regionálna expanzia	Diverzifikácia produktov (vertikálna, horizontálna, laterálna)
		Stredné riziko	Veľké riziko



RASTOVÉ STRATÉGIE

Ak si za dimenzie rastu zvolíme trh a produkt, tak rozlišujeme štyri rastové stratégie:

- **Penetrácia trhu**
silnejšie postavenie na trhu (monopol)
- **Rozvoj trhu**
s existujúcim produktom na novom trhu
- **Vývoj nového produktu**
lepšia konkurenčná výhoda (produktový líder)
- **Diverzifikácia produktov**
expanzia na nový trh s novým produktom

CENOVÉ STRATÉGIE

- Stratégia produktového vodcu
Robíme všetko pre to, aby zákazník vnímal našu ponuku ako hodnotnejšiu oproti konkurenčnej.
- Stratégia cenového lídra
Robíme všetko pre to, aby sme boli najlacnejší na trhu.

Existujúce produkty

- Určovanie ceny - Price leading
Použitie ceny ako prostriedku na získanie trhového podielu alebo na ochranu pred konkurenciou. Organizácia pôsobí v pozícii cenového lídra.
- Znižovanie cien - Price cutting

Zníženie cien sa môže osvedčiť ako veľmi užitočné v prípade organizácií zaujímajúcich dominantné postavenie na trhu vo svojom odbore. Zníženie môže zredukovať drobných konkurentov a tým uvoľniť trh.

- Nasledovanie cien - Price following

Ceny sa odvíjajú od cien najsilnejšieho konkurenta na trhu, resp. konkurenta, ktorý určuje ceny.

Nové produkty

- Vysoko výnosná cena - Price skimming

Prijíma sa, keď je nový produkt v porovnaní s ostatnými jasne vedúci. Produkt vstúpi na trh s vysokou cenou. Produkt je určený pre ľudí, ktorí vyhľadávajú novinky - videorekordéry, televízory, PC a pod..

- Priekniková cena - Penetracion pricing

Prijíma sa, keď je výrobok novou verziou známeho výrobku alebo služby, môžeme vstúpiť na trh s nízkymi cenami, aby sme tak dosiahli rýchlejšie prijatie a rýchlejšie docielili väčšie množstvá predaných produktov.

